



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas  
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis  
Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação



Klara Martha Wanderley Freire

O TWITTER COMO FERRAMENTA PARA DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO  
NO SERVIÇO DE REFERÊNCIA VIRTUAL: o caso da Universidade Federal do Rio  
de Janeiro (UFRJ)

Rio de Janeiro  
2010

Klara Martha Wanderley Freire

O TWITTER COMO FERRAMENTA PARA DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO  
NO SERVIÇO DE REFERÊNCIA VIRTUAL: o caso da Universidade Federal do Rio  
de Janeiro (UFRJ)

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de  
Unidades de Informação da Universidade  
Federal do Rio de Janeiro como requisito  
parcial à obtenção do grau de Bacharel em  
Biblioteconomia.

Orientadoras: Prof. Nysia Oliveira de Sá  
Prof. Mariza Russo

Rio de Janeiro  
2010

F866t

Freire, Klara Martha Wanderley.

O Twitter como ferramenta para disseminação da informação no Serviço de Referência Virtual: o caso da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) / Klara Martha Wanderley Freire; Orientadora: Nysia Oliveira de Sá; Coorientadora: Mariza Russo. – Rio de Janeiro, 2010.

36 f. ; 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

1. Serviço de Referência Virtual. 2. Tecnologia da Informação e da Comunicação. 3. Web 2.0. 4. Mídias sociais. 5. Twitter. I. Sá, Nysia Oliveira de. II. Russo, Mariza. III. Título.

CDU: 025.5  
CDD: 025.5

Klara Martha Wanderley Freire

O TWITTER COMO FERRAMENTA PARA DISSEMINAÇÃO DA INFORMAÇÃO  
NO SERVIÇO DE REFERÊNCIA VIRTUAL: o caso da Universidade Federal do Rio  
de Janeiro (UFRJ)

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de  
Unidades de Informação da Universidade  
Federal do Rio de Janeiro como requisito  
parcial à obtenção do grau de Bacharel em  
Biblioteconomia.

Aprovado(a) em:

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Nysia Oliveira de Sá – UFRJ  
Mestre em Memória Social e Documento pela UNIRIO  
**Orientadora**

---

Prof. Mariza Russo – UFRJ  
Mestre em Ciência da Informação pela UFRJ  
**Coorientadora**

---

Prof Maria Irene da Fonseca e Sá – UFRJ  
Mestre em Engenharia de Sistemas e Computação pela UFRJ  
**Professora convidada**

Dedico este trabalho aos meus pais Cely e Antonio, por todo apoio, carinho, amor, dedicação. Em especial a minha mãe, pelas renúncias em prol dos meus objetivos.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus, pois tenho certeza que Ele é dono de tudo aquilo que compõe o mundo, inclusive da minha vontade de aprender. Só Ele sabe o quanto lutei para chegar até aqui e o desejo que tenho de ser muito mais que isso.

A minha orientadora Nysia Sá, por ter guiado meus passos e me mandado engolir o choro quando foi necessário. Tenho certeza que fiz a escolha certa.

A Moreno Barros, por ter criado e cedido a mim a administração do objeto deste trabalho, pelas informações relevantes que sempre me deu e boa vontade que demonstrou ter.

A toda equipe do Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação (CBG), especialmente Mariza Russo, Eliana Taborda e Rosemarie Cardoso – que, infelizmente, não se encontra mais no CBG, mas um dia foi parte importante do mesmo. Para mim não é um curso, mas uma segunda família.

Meus irmãos Jean e Rodrigo, simplesmente por suas existências. A toda minha família e amigos, meus pais, minha prima Mayara, amiga e confidente que por tantas vezes foi responsável pelo meu retorno ao equilíbrio emocional.

As “tias” Geusa e Dôra, por terem para comigo atitudes tão similares às de minha mãe.

E a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para o meu sucesso.



[\*\*diego novaes\*\*](#): @UFRJ Volto a perguntar: vc é a deusa Minerva, ou é o reitor twittando? RSRRS. [quinta-feira](#), [18 de março de 2010 11:01:26](#) via web [in reply to UFRJ](#)

## RESUMO

FREIRE, Klara Martha Wanderley. **O Twitter como ferramenta para disseminação da informação no Serviço de Referência Virtual:** o caso da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). 2010. 36 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação. Faculdade de Administração e Ciências Contábeis. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2010.

Tem por objetivo apresentar o funcionamento do site Twitter como ferramenta de Serviço de Referência Virtual (SRV), tendo como foco o perfil não-institucional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); busca identificar a natureza do material informacional que chega até ele. Exibe o papel do bibliotecário no SRV como facilitador da informação, baseado na Teoria da Biblioteca 2.0, e gestor no contexto apresentado. Quanto aos recursos metodológicos, foram utilizados artigos científicos e outros tipos de fontes para estudo do “estado da arte” e software para apresentação dos dados contabilizados quando da identificação da natureza das informações recebidas pelo perfil da UFRJ no Twitter, sendo estas divididas em grupos de semelhanças. Explora o perfil da Web e o bibliotecário, a identificação de mudança de perfil destes tópicos, sendo uma transformação consequência da outra; o SRV, conceituação e sua evolução; a concepção e conceituação do serviço de *microblogging* Twitter; o objeto da pesquisa, criação, funcionamento e administração do mesmo. Os resultados encontrados evidenciam que o material publicado no perfil pareceu ser relevante, uma vez que foram muitas as reutilizações do que foi postado. O público que acompanha as atualizações mostrou considerar o perfil influente e conhecido, já que o cita em suas mensagens, pede divulgações e indica para que seja acompanhado por outros. Algumas questões sobre a Universidade também foram enviadas. Mostrou-se importante também a participação da comunidade junto ao trabalho do bibliotecário quando da atuação do mesmo. Considera-se que o SRV é prática em constante desenvolvimento e o bibliotecário deve se programar para prestar bons serviços e seguir as tendências para tentar sempre estar ao lado de seus usuários para minimizar a dificuldade do encontro da informação e seus interessados.

Palavras-chave: Serviço de Referência Virtual. Tecnologia da Informação e da Comunicação. Web 2.0. Mídias Sociais. Twitter.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>JUSTIFICATIVA .....</b>	<b>11</b>
<b>3</b>	<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>15</b>
3.1	Geral .....	16
3.2	Específicos .....	16
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>16</b>
<b>5</b>	<b>WEB E BIBLIOTECÁRIO 2.0: desafios no século XXI .....</b>	<b>18</b>
<b>6</b>	<b>SERVIÇO DE REFERÊNCIA VIRTUAL .....</b>	<b>20</b>
<b>7</b>	<b>TWITTER: concepção e conceituação .....</b>	<b>22</b>
<b>8</b>	<b>PERFIL NÃO INSTITUCIONAL DA UFRJ NO TWITTER .....</b>	<b>23</b>
<b>9</b>	<b>RESULTADOS .....</b>	<b>25</b>
<b>10</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>27</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>31</b>
	<b>GLOSSÁRIO.....</b>	<b>33</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Há muito tempo o tradicional Serviço de Referência (SR) é prestado por bibliotecários. Data de 1876 a primeira menção ao termo. Grosso modo, SR é a prática de auxiliar o usuário em suas buscas informacionais.

Bastante tempo se passou desde o nascimento dessa atividade bibliotecária; houve evoluções e revoluções, máquinas foram criadas e o SR necessitava acompanhar as exigências do novo cenário. Devido ao surgimento das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), hoje, consideráveis quantidades de material informacional estão disponíveis na World Wide Web. As bibliotecas vão de provedoras de itens físicos, os livros, a fornecedoras de conteúdo em qualquer suporte, não ficando presas ao que é tangível: nem serviços nem acervos, agora tudo pode ser oferecido em ambiente virtual.

Com isso, como observa Marcondes, Mendonça e Carvalho (2006, p. 176),

as bibliotecas começam a se transformar: nota-se uma preocupação crescente em atender o usuário com o máximo de rapidez e eficiência, maior preocupação com o acesso à informação em detrimento da posse do documento, minimizando-se as limitações de tempo e espaço na busca de informação.

Surge o Serviço de Referência Virtual (SRV) – ou digital, como preferem alguns autores. Este serviço possui a mesma proposta do tradicional, entretanto pode ser oferecido de forma não presencial. Pode-se defini-lo como “mecanismo pelo qual as pessoas podem enviar perguntas e obter respostas através de e-mail, chat ou **formato Web**” (SAUNDERS, 2001 apud MÁRDERO ARELLANO, 2001, p. 8, grifo nosso).

Desde sua criação a Web também sofreu transformações. Ela é vista quase que remotamente como um local digital estático onde o monopólio de postagem de informações estaria na mão de poucos que dominavam linguagens de programação rebuscadas. Essa é a característica do que foi nomeado, por Tim O'Reilly (2005), Web 1.0. Entretanto, com o passar dos anos, percebeu-se uma modificação no conceito da rede mundial. O que O'Reilly notou, na verdade, é que as empresas que haviam chegado até ali tinham novas características. Observou-se que todas eram colaborativas,

em oposição à centralização outrora visualizada, dinâmicas, interativas; nelas os usuários se confundiam entre consumidores e produtores de informação. Esse novo momento foi denominado Web 2.0.

A Web 2.0 altera a maneira como os profissionais atuam em suas áreas. A volumosa produção de informações que ela proporciona e as constantes e velozes transformações do século XXI geram uma mudança de perfil profissional – e isso não se daria de maneira diferente para o bibliotecário. Neste contexto, são observados os sites de redes sociais – também chamadas de mídias sociais.

Os sites de redes sociais – como o Facebook<sup>1</sup>, MySpace<sup>2</sup>, Flickr<sup>3</sup>, Twitter<sup>4</sup> e outros – rapidamente se tornaram populares, principalmente no Brasil. De acordo com dados de relatório de pesquisa finalizado em junho de 2010, realizada pelo IBOPE Inteligência em parceria com a Worldwide Independent Network of Market Research (WIN), 38% dos brasileiros acessam a internet e, destes, 87% acessam alguma rede social, o Twitter é o quarto site mais acessado, ficando atrás apenas do Orkut<sup>5</sup>, YouTube<sup>6</sup> e MSN<sup>7</sup>.

Pensando no início da popularidade da ferramenta aqui no Brasil, em uma forma de ampliar os canais de comunicação entre alunos e a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), e dos mesmos entre si, prestando serviços de informação – disseminar informações do interesse da comunidade, auxiliar na busca das mesmas, responder

<sup>1</sup> Usuários devem criar um perfil, de forma gratuita, contendo interesses e fotos. Lá podem adicionar outras pessoas a sua rede, trocar mensagens públicas ou privadas, de maneira síncrona ou assíncrona, e compartilhar conteúdo de várias espécies.

<sup>2</sup> Funciona de maneira similar ao Facebook, porém é mais utilizado por músicos para divulgação de seu trabalho. O perfil permite uma grande personalização da página pessoal do usuário, diferentemente do Facebook neste quesito.

<sup>3</sup> Site que permite a hospedagem de fotografias e interação entre os usuários e, por isso, também é caracterizado como rede social. Permite a atribuição de *tags* (etiquetas), ou seja, palavras designadas pelos próprios usuários para representar imagens na rede, a fim de recuperá-las posteriormente. É um dos sites mais representativos das práticas da Web 2.0.

<sup>4</sup> Serviço de *microblogging* que permite ao usuário dizer em 140 caracteres “o que está acontecendo”. Será melhor detalhado no decorrer do trabalho.

<sup>5</sup> Assemelha-se ao Facebook, mas, há algum tempo, também permite um pouco de personalização como o MySpace.

<sup>6</sup> Permite a hospedagem de vídeos pelos usuários, é um Flickr para vídeos.

<sup>7</sup> O The Microsoft Network, ou MSN, é um portal de serviços da Microsoft. Abrange o já bastante conhecido MSN Messenger.

questões enviadas - que fossem úteis ao público universitário, foi criado, em janeiro de 2009, o primeiro perfil da Universidade no Twitter.

Assim, o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) ora apresentado, ocupar-se-á do estudo de caso do perfil não institucional da UFRJ no Twitter, como ferramenta de prestação de serviços informacionais na Web, referentes às atividades da Universidade, avaliando, por consequência, a atuação do bibliotecário neste contexto, buscando na literatura concernente aos assuntos tratados seu embasamento teórico.

A esquematização inicia-se tornando explícito os motivos que levaram à escolha do tema, mostrando sua relevância no contexto da sociedade contemporânea. Exibe os objetivos geral e específico e metodologia. Aborda o surgimento da visão 2.0 de Web, a biblioteca e o bibliotecário neste contexto, o SRV, o Twitter e sua concepção, conceituação e atuação no SRV. Em seguida, apresenta o objeto de estudo e os resultados conseguidos com o levantamento de dados. Por fim, expõe as considerações finais. Há, para melhor compreensão do estudo, um glossário dos termos utilizados pelos usuários no Twitter; por muitas vezes não possuir equivalentes, eles foram mantidos em sua forma original.

## 2 JUSTIFICATIVA

As bibliotecas lutam em meio às várias e infinitas formas de se conseguir informação. Para subsistir em um mundo no qual o usuário se torna cada vez mais independente e imediatista, é preciso manter presença naquilo que ele realmente necessita: fornecimento de informação relevante, precisa, em um curto espaço de tempo.

É impossível conter o grande volume de informações que são produzidas e disponibilizadas na Web em um piscar de olhos; mais difícil ainda se torna recuperar o que se deseja de maneira efetiva quando se navega em um grande oceano de *bits* e *bytes*. Na atual conjuntura, o indivíduo não mais dispõe de horas para serem empregadas buscando aquilo que ele precisa; muitas vezes, ele não possui meios e conhecimento o bastante para fazê-lo, ou seja, não se mostra competente em

informação. Segundo estudo da Universidade de Berkeley citado por Belluzzo (2001), nos Estados Unidos da América (EUA), a cada ano é produzida, em diferentes suportes, uma quantidade de informações que necessitaria de cerca de 1,5 milhão de *gigabytes* de memória para ser armazenada; dividindo este resultado por cada habitante da Terra, equivaleria a 250 *megabytes per capita* por ano. É de se imaginar que, quase dez anos após este cálculo, a capacidade de produção de informação mundial deve estar muito superior.

O ritmo da vida moderna segue sua marcha inexorável. Assim, a figura do bibliotecário de referência torna-se mais do que necessária. É fazer valer a máxima do teórico Ranganathan: poupe o tempo do leitor (ou usuário). O problema não está na quantidade de informações disponíveis, mas em uma maneira de encontrar aquilo que se precisa rapidamente.

Para amenizar essas questões, a prática do SRV deve manter-se alinhada com as formas mais eficientes disponíveis de disseminação da informação. Frente a isso, é obrigação do bibliotecário, no atual contexto, reconhecer o poder de propagação da informação dos sites de mídias sociais, com especial destaque para uma delas: o Twitter. Várias são as histórias narradas sobre a característica de eficiência de disseminação da informação dessa ferramenta, porém, uma delas, ocorrida há pouco tempo aqui no Brasil, chama atenção. No dia 10 de novembro de 2009, houve um apagão em 10 estados brasileiros. O fornecimento de energia foi se restabelecendo pouco a pouco, em horários diferentes em cada rua das cidades atingidas. Em um curto espaço de tempo, à medida em que a luz elétrica retornava, turbilhões de informações eram lançados pelos próprios usuários informando a rua na qual se encontravam onde já havia, ou não, energia. Isso foi possível graças à característica *mobile* do Twitter: 140 caracteres que podem ser facilmente despachados de qualquer dispositivo conectado à rede, através de aplicativos ou versão *mobile* do site para *Smartphones*. Algumas rádios puderam aproveitar essa capacidade oferecida pelo site para deixar seus ouvintes informados sobre o retorno de energia elétrica com o auxílio dos usuários do Twitter. Como se pode perceber, seria muito difícil para os jornalistas de plantão informarem, usando ferramentas tradicionais,

cada reparo ocorrido tão rapidamente. Esta é uma prova de que, se usado apropriadamente, o Twitter é eficaz para propagar informações instantaneamente.

Segundo pesquisa do IBOPE Inteligência, citada anteriormente, o Brasil está entre os dez países que mais acessam redes sociais - criar um perfil em uma mídia deste tipo mostra-se tarefa fácil até mesmo para um usuário iniciante. Com base em pesquisa recente da Manpower (2010a), importante empresa multinacional de serviços de recursos humanos, é correto afirmar que o acesso às mídias sociais é atividade controlada em pouco mais da metade das organizações aqui no Brasil<sup>8</sup>. Geralmente, o controle do uso das redes é focado na administração de riscos, já que, na maioria das empresas entrevistadas (quase duas mil), os objetivos das políticas são evitar a perda de produtividade (77%), proteger informações confidenciais e reputação das organizações (32% e 19%, respectivamente) e ajudar no recrutamento de pessoal (11%). Medo parece ser o principal motivo para o controle, excluindo-se apenas o fator de utilização no recrutamento. O quadro torna-se preocupante se estas políticas forem proibitivas, já que são muitos os benefícios que uma organização pode obter quando da utilização sadia dessas mídias, como a própria Manpower (2010b) cita, em outro relatório publicado, atividades produtivas por meio dessas redes: inovação, colaboração, utilização das mesmas como ferramentas de marketing, *branding*, relações públicas e gestão do conhecimento de seus colaboradores etc. Deduz-se que essa situação tem grande impacto nas bibliotecas, pois muitas podem fazer parte de empresas onde o acesso às mídias é totalmente vetado ou, até mesmo, são as próprias bibliotecas a vetar este uso.

O levantamento bibliográfico realizado para a construção do referencial teórico, no período de janeiro a setembro de 2010, parece indicar que ainda é incipiente o uso dessa ferramenta aplicada ao SRV, principalmente por tratar-se de uma novidade. Até mesmo em países onde a Biblioteconomia parece estar em estágio mais avançado, como nos EUA, em pesquisa de David Stuart (2010), as atividades mais realizadas por bibliotecários no Twitter, muitas vezes, restringe-se a postagens sobre eventos, novidades do acervo, funcionando como um mecanismo de divulgação, uma ferramenta

---

<sup>8</sup> 55% das empresas brasileiras entrevistadas controlam o uso de redes sociais (MANPOWER, 2010a).

de marketing. Stuart sugere seu uso no SR, estreitando os laços entre usuários e bibliotecário.

Stuart (2010) coletou dados de 433 contas institucionais de bibliotecas acadêmicas, públicas, estaduais e nacionais. Essa amostra foi encontrada utilizando-se o termo “biblioteca” no mecanismo de busca de usuários do próprio Twitter e uma lista de bibliotecas americanas e internacionais que utilizam o Twitter, compilada por Lindy Brown<sup>9</sup>. Na amostra, o autor percebeu que raras são as atualizações realizadas nas contas e aqueles que as atualizam fazem pouco esforço para manter contato com seus *followers*, o que poderia ser utilizado como forma de oferecer suporte à busca de informações. Ele analisou, também, uma quantia aleatória de 200 *tweets*, nas quais, como foi enfatizado acima, a biblioteca divulgava novidades e recursos da biblioteca. Ficou evidenciado, segundo o pesquisador, que as bibliotecas mantiveram suas características institucionais, enquanto o perfil poderia servir para dar uma “voz mais pessoal” à biblioteca. Após refletir sobre o resultado da pesquisa de Stuart, fica evidente que há necessidade de aprofundar o assunto, tendo em vista que “o Twitter oferece uma grande oportunidade para construir pontes entre a biblioteca e seus usuários” (Id., p. 47).

A verdade é que o Twitter é muito versátil; neste trabalho não se critica seu uso de outras formas por parte de bibliotecas e bibliotecários; pelo contrário, incentiva-se; todavia pede-se que se dê atenção ao seu uso como um meio de comunicação do SRV.

Giustini e Wright (2009), observando o comportamento dos *twitterers*, perceberam que eles costumavam usar a mídia social no lugar dos motores de busca. Os usuários jogavam na rede as perguntas e num curto espaço de tempo outros usuários respondiam a questão ou mandavam recomendações, como, por exemplo, um *website* ou um outro *twitterer*, geralmente *expert* no assunto. Isso evidencia o quanto há possibilidade de trabalho **colaborativo** inerente à ferramenta.

---

<sup>9</sup> <http://lindybrown.com/blog/2009/01/libraries-on-twitter-updated-list>;  
<http://lindyjb.wordpress.com/2009/03/18/international-twitting-libraries>

O Twitter possui uma estrutura que favorece a prestação do SRV. “Além da utilidade de ajudar às bibliotecas a se conectarem com seus usuários em um nível mais amplo, [...] apresenta grande potencial para ser usado no serviço de referência” (STEINER, 2009, p. 4, tradução nossa). Steiner (Id.) identifica apenas uma desvantagem no Twitter no SRV, que é o fato de a resposta ter que possuir, no mínimo, 140 caracteres. Entretanto, a autora desde estudo discorda dessa visão, uma vez que o modelo do Twitter foi criado para se assemelhar a uma mensagem de texto, a uma Short Message Service (SMS). Além disso, o bibliotecário de referência pode usar algum aplicativo para aumentar os caracteres do *post* ou perguntar ao usuário se teria outra forma de enviar a solução requisitada.

“Diferentemente da maioria dos produtos de rede social, o Twitter foi claramente desenvolvido com o usuário móvel em mente” (CUDDY, 2009, p. 170). Não é de hoje que se observa a tendência da tecnologia móvel, sabe-se que a cada dia dispositivos móveis são lançados, mudando a forma de comportamento do usuário de informação. Esta é mais uma das vantagens do Twitter no SRV. Como muitos sites nos dias de hoje, possui o que é chamado de versão *mobile*; essa versão pode ser acessada de qualquer *Smartphone*. Além disso, existem vários aplicativos móveis. Logo, a máxima do Twitter para bibliotecários de referência é: **serviço de informação prestado em qualquer lugar!**

Observa-se, pois, que com o Twitter o bibliotecário pode manter-se em constante contato com as necessidades informacionais do usuário, uma vez que parcela significativa de brasileiros frequenta sites de redes sociais. Com ele, é possível prestar serviços de informação síncrona e assincronamente, em qualquer lugar, sem precisar de grandes conhecimentos de informática. Basta ter um dispositivo com acesso à Internet. Além disso, pelo comportamento dos usuários nesta mídia, fica evidente a facilidade de troca de informações e busca de soluções conjuntas, com o bibliotecário atuando como um facilitador: isso deixa mais que claro o potencial colaborativo do SRV realizado em redes sociais, visto que a pergunta vai sendo encaminhada a outros agentes até achar sua solução.

### 3 OBJETIVOS

Este TCC terá seus objetivos descritos a seguir:

#### 3.1 Geral

Explorar o funcionamento da ferramenta Twitter aplicada ao SRV em assuntos concernentes à UFRJ, por meio de seu perfil não-institucional ([www.twitter.com/UFRJ](http://www.twitter.com/UFRJ)), e a atuação do bibliotecário neste processo.

#### 3.2 Específicos

- Identificar a natureza do material informacional direcionado a este perfil, no primeiro semestre de 2010;
- Analisar o papel do bibliotecário como facilitador da informação, a partir a teoria da Biblioteca 2.0 e como gestor, frente aos desafios do século XXI, no SRV.

### 4 METODOLOGIA

A busca do referencial teórico, para analisar o “estado da arte” do assunto ora estudado, deu-se em bases de dados *online* com acesso a textos integrais, sendo realizada nas línguas portuguesa e inglesa através das palavras-chave “serviço de referência virtual/digital”, “virtual information service” e “Twitter”, por meio de buscas simples e avançada, adotando outras estratégias caso se mostrasse necessário.

Por se basear em estudo de um caso particular e representativo de um conjunto de casos semelhantes, este trabalho caracteriza-se como um estudo de caso (SEVERINO, 2007). Como dito anteriormente, o estudo ocorreu utilizando o serviço de *microblogging* Twitter, no perfil da UFRJ, no primeiro semestre do ano de 2010. No total, foram analisadas 940 *tweets*.

Foi realizado um levantamento, a fim de saber a natureza das informações que chegam até este perfil e qual o percentual de perguntas endereçadas a ele. A seguir será descrito o procedimento adotado.

Todo o material direcionado ao perfil foi classificado em:

- Apenas menção – será considerada apenas menção as mensagens em que o usuário não expõe nenhuma questão/pergunta a ser respondida;
- *Retweets* das mensagens postadas pelo perfil, manuais ou automáticas;
- Questões/perguntas – podem se dar por menção, utilizando o mecanismo @ mais o nome do usuário ou por Direct Messages (DMs).

As **questões** foram agrupadas em 4 categorias, considerando os assuntos mais expressivos:

- Questões sobre a instituição, departamentos, cursos e programas, englobando as atividades para funcionamento da Universidade;
- Eventos realizados pela instituição;
- Questões sobre ingresso, vestibular;
- Outros assuntos.

Para melhor compreensão da metodologia, *vide* o glossário. O software utilizado para esquematização dos dados e geração de gráficos foi o Microsoft Excel 2007. Todo o resto dos procedimentos foi feito manualmente, uma vez que não há programas com capacidade analítica – e, principalmente, semântica - para avaliação do conteúdo do que foi postado pelos usuários quando do contato com o perfil. Como se sabe, há uma infinidade de ferramentas para análises no Twitter que podem auxiliar o pesquisador<sup>10</sup>. Porém, infelizmente, a grande gama detectada não se mostrou eficaz para o tipo de trabalho feito aqui; utilizá-la, provavelmente, teria tornado o trabalho mais rápido.

---

<sup>10</sup> Uma prova disso são as inúmeras postagens em blogs contendo listas delas, como a publicada há alguns meses no blog Mídias Sociais <<http://mediassociais.blog.br/links/ferramentas-twitter>>.

## 5 WEB E BIBLIOTECÁRIO 2.0: desafios do século XXI

Como já mencionado anteriormente, os sites de redes sociais - ou mídias sociais - são um fenômeno nascido no momento de “transformação” da Web, observada por O'Reilly (2005). Para tornar mais clara sua explanação, num *brainstorming* inicial, o autor concebeu um quadro, que será mostrado a seguir, de maneira adaptada:

Quadro – Brainstorming inicial sobre transformação da Web.

WEB 1.0		WEB 2.0
Ofoto	➡	Flickr
Britannica Online	➡	Wikipedia
Websites pessoais	➡	Blogs
Taxionomia	➡	Folksonomia

Fonte: adaptado de O'Reilly (2005).

O antigo momento previa uma Web sem participação alguma por parte dos usuários da rede. Sua atualização era centralizada, o que impedia a colaboração dos, até então, apenas consumidores de informação; era, assim, totalmente fechada em si; um único indivíduo publicava, toda uma massa consumia o que foi publicado. Com a mudança, a Web 2.0 pode ser vista como uma **plataforma colaborativa** onde todos que utilizam a rede se comunicam, compartilham e contribuem para o **crescimento e aprimoramento da informação**, eles não mais atuam de forma passiva, chegando a confundir-se entre consumidores e produtores da informação. Os exemplos colocados no quadro evidenciam estas transformações de comportamento na Web.

Poderiam ser mencionadas várias outras questões levantadas por O'Reilly (Id.), mas não é objetivo deste estudo aprofundar-se em algo que é meramente explicativo e não o fim da pesquisa. Entrou-se neste mérito apenas para que se entenda melhor o surgimento de um novo perfil bibliotecário e para que se comprehenda em que ambiente as redes sociais surgiram e, por consequência, o Twitter.

A prática do SR no Twitter leva o bibliotecário a outro tema. Prestar SRV num site da Web 2.0 é entrar na discussão da **Biblioteca 2.0**. O termo foi cunhado por Michael Casey, em seu blog, chamado LibraryCrunch<sup>11</sup>. Segundo Jack M. Maness (2007) são várias as controvérsias sobre esse termo; muitas vezes ele é dado com a simples máxima “biblioteca utilizando sites da web 2.0”. Na visão do autor, é algo mais profundo que isso, é “a aplicação de **interação, colaboração e tecnologias** multimídia baseadas em web para serviços e coleções de bibliotecas baseados em web” (MANESS, 2007, p. 45, grifo nosso). A autora do presente estudo reconhece a definição de Maness (Id.) como a que melhor regeria a postura do bibliotecário frente ao novo momento da Web. O bibliotecário 2.0 não é aquele que faz uso de sites de redes sociais, mas o que tem uma “atitude 2.0”. O SRV no Twitter certamente carece profundamente deste tipo de atitude.

Utilizando a forma de raciocínio de Maness (Id., p. 46, grifo do autor, grifo nosso), uma boa teoria para a Biblioteca 2.0 – ou uma teoria para guiar as atitudes do bibliotecário 2.0 – teria quatro elementos básicos e essenciais:

**É centrada no usuário.** Usuários participam na criação de conteúdos e serviços que eles vêem na presença da biblioteca na web, OPAC etc. O consumo e a criação do conteúdo são dinâmicos e por isso as funções do bibliotecário e do usuário nem sempre são claras.

**Oferece uma experiência multimídia.** Ambos, coleções e serviços de Biblioteca 2.0, contêm componentes de áudio e vídeo. Embora isso nem sempre seja citado como uma função de Biblioteca 2.0, é aqui sugerida que deveria ser.

**É socialmente rica.** A presença da biblioteca na web inclui a presença dos usuários. Há tanto formas síncronas (e.g. MI) e assíncronas (e.g. wikis) **para os usuários se comunicarem entre si e com os bibliotecários**.

**É comunitariamente inovadora.** Este é talvez o aspecto mais importante e singular da Biblioteca 2.0. Baseia-se no fundamento das bibliotecas como serviço comunitário, mas entende que as comunidades mudam, e **as bibliotecas não devem apenas mudar com elas, elas devem permitir que os usuários mudem a biblioteca**. Ela busca continuamente mudar seus serviços, achar novas formas de permitir que as comunidades, não somente indivíduos, busquem, achem e utilizem informação.

Biblioteca 2.0 é uma comunidade virtual centrada no usuário. Ela é socialmente rica, quase sempre **um espaço eletrônico igualitário**. Enquanto que o **Bibliotecário 2.0 deveria atuar como um facilitador e prover suporte, ele ou ela não é necessariamente o primeiro responsável pela**

---

<sup>11</sup> Ao entrar no endereço <[www.librarycrunch.com](http://www.librarycrunch.com)>, o usuário é redirecionado para <<http://www.michaelecasey.com>> novo endereço do blog.

**criação do conteúdo [sic]. Os usuários interagem e criam recursos (conteúdo) uns com os outros e com os bibliotecários.**

Como pode ser observado, o **bibliotecário** que administra um perfil como o do Twitter, ou outra rede social que funcione de maneira análoga, atua como **facilitador** para que a informação chegue aos interessados, seja repassando uma dúvida para ser respondida com a participação da comunidade, sendo ponte entre usuários ou utilizando o conteúdo oferecido pelos eles. O importante é trabalhar em conjunto com a comunidade para a construção de melhores serviços.

Até aqui foi discutido apenas o perfil do bibliotecário como um profissional no contexto da Web 2.0. Entretanto, certamente, o século XXI exige do bibliotecário outras características e competências, além dessa “atitude 2.0”. Com as velozes transformações do mundo contemporâneo, o bibliotecário, atuante na Sociedade da Informação ou do Conhecimento<sup>12</sup>, deve possuir, também, habilidades gerenciais para melhor planejar a prestação de serviços ou, principalmente, gerir sua unidade de informação e tudo o que ela abrange. A prestação de serviços deve ser precedida de um bom planejamento – bem como sucedida de uma boa avaliação - para que o bibliotecário, visto também como um gestor, possa tornar estes serviços cada vez mais eficazes e antecipar-se às demandas, montando assim suas estratégias.

Com a popularização das TICs, há, ainda, uma massiva produção de informações que demanda do bibliotecário uma grande **competência informacional**<sup>13</sup> e um bom conhecimento de **recursos informacionais**: são eles que darão apoio, junto ao trabalho desenvolvido com a comunidade *online* de usuários que cerca o profissional, ao fornecimento de informações relevantes e úteis.

## 6 SERVIÇO DE REFERÊNCIA VIRTUAL

Os termos ‘referência virtual’, ‘referência digital’, ‘e-referência’, ‘serviços de informação na internet’, ‘referência ao vivo’, ‘referência em tempo real’ são

<sup>12</sup> Processo de Globalização, estimulado pelas TICs, gera expressões como Sociedade da Informação ou do Conhecimento, Nova Ordem Mundial etc.

<sup>13</sup> Entende-se Competência Informacional como sendo “o conjunto de habilidades necessárias para localizar, recuperar, analisar e utilizar informações” (ASSOCIATION..., c2010, tradução nossa).

usados alternadamente para descrever serviços de referência que utilizam a informática de alguma forma (VIRTUAL REFERENCE CANADA apud INTERNATIONAL..., 2008, tradução nossa).

Ainda não há consenso entre os pesquisadores quanto ao uso do termo Serviço de Referência Virtual ou Digital. Assim, para o estudo ora proposto o termo adotado será “Serviço de Referência Virtual”.

Como mencionado anteriormente, o SRV surge como uma evolução do tradicional SR. A Reference and User Services Association (RUSA) ([2010]), grupo pertencente à American Library Association (ALA) importante organização da área de Biblioteconomia, define o SRV como um “serviço de referência iniciado eletronicamente, frequentemente em tempo real, onde os usuários utilizam computadores ou outra tecnologia da Internet para se comunicarem com a equipe de referência, sem estarem fisicamente presentes”.

Segundo Pessoa e Cunha (2007), o SRV desponta no final da década de 1980 quando do surgimento dos chamados catálogos em linha ou Online Public Access Catalog (OPAC). O e-mail foi a primeira forma de prestar esse serviço. De fato, até hoje isso acontece (BOTTARI; SILVA, 2005 apud PESSOA; CUNHA, 2007). Todavia, o SRV não se restringe ao correio eletrônico, a atividade pode dar-se de inumeráveis formas e cada dia, com a evolução da tecnologia, fica mais fácil prestá-lo.

Para funcionamento de um SRV existem orientações que podem ser seguidas, como as propostas feitas pela International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), em um documento intitulado Digital Reference Guidelines e outro, que também auxilia as bibliotecas neste tipo de implantação, é o Guidelines for Implementing and Maintaining Virtual Reference Services, da Reference Services Association (RUSA). Entretanto, torna-se um pouco difícil seguir essas orientações quando se tem em mente um SRV por rede social, pois há questões que não são abordadas ou outras que são mencionadas, mas não se aplicam ao serviço em mídias. A RUSA (2010) prevê, por exemplo, o custo com o software e propaganda. Isso não é levado em consideração, pois os serviços de sites de rede sociais são gratuitos e a propaganda pode ser feita pela própria web, sem ocasionar ônus algum para a biblioteca.

## 7 TWITTER: concepção e conceituação.

De acordo com estudo de Boyd e Ellison apresentado a seguir, pode-se definir os sites de redes sociais como:

serviços baseados na rede (*web-based*) que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem compartilham uma conexão, e (3) ver e percorrer a sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema (BOYD; ELLISON, 2007, tradução nossa).

O Twitter é uma rede social que segue a estrutura dos *blogs*<sup>14</sup>, sendo classificado como um *microblogging* por cada *post* só poder conter 140 caracteres. Criado em 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone, teve seu auge no início do ano de 2009 e até hoje se mantém como uma das mais utilizadas do mundo.

Parece ser grande seu poder de disseminação de informações, de maneira rápida e fácil. No próprio site do serviço nota-se a seguinte frase: “Twitter é uma rede de informação em tempo real alimentada por pessoas ao redor do mundo que permite a você compartilhar e **descobrir o que está acontecendo agora.**” (TWITTER, 2010, tradução nossa, grifo nosso). outrora, o Twitter perguntava “O que você está fazendo”, hoje pergunta “O que está acontecendo?”, por ser algo mais abrangente, “e dissemina a resposta ao redor do globo para milhões, **imediatamente**” (Id., tradução nossa, grifo nosso).

Sendo um site de rede social, o Twitter é, por natureza, um serviço baseado na rede (*web-based*). É oferecido gratuitamente. Recentemente sofreu uma grande mudança em sua interface, tornando o serviço bem mais completo e confortável em seu uso, agregando várias atividades que antes eram realizadas em outras janelas em única tela.

Para fazer parte do mesmo, basta conectar-se à Internet e realizar um simples cadastro, dizendo nome, e-mail e escolhendo um *username* – que passará a ser a URL do usuário e único no *microblogging*. Assim que realizado o *login* do usuário no seu perfil, ele

---

<sup>14</sup> Termo cunhado por Peter Merholz como contração de “web log”, de Jorn Barger.

poderá “seguir” e ser “seguido” (*following/followers*). O usuário também pode se valer da postagem de mensagens de outrem através do mecanismo de *Retweet (RT)*. Há dezenas de aplicativos que tornam a experiência de uso multimídia.

## 8 PERFIL NÃO INSTITUCIONAL DA UFRJ NO TWITTER

Sendo o primeiro da UFRJ no Twitter, o perfil não-institucional foi criado por um dos bibliotecários da biblioteca do Centro de Tecnologia (CT), pertencente ao Sistema de Bibliotecas da UFRJ (SiBI/UFRJ)<sup>15</sup>, Moreno de Albuquerque Barros. Entretanto, ainda em 2009, sua administração passou a ser compartilhada com a autora deste estudo, visto que Barros acumulava diversas atividades, o que dificultava a atualização do perfil. Barros é, também, criador e responsável pelo perfil da biblioteca do CT no Twitter e em outras mídias sociais.

Por ter o *username* UFRJ, o perfil impede que qualquer outro usuário crie uma nova conta com o mesmo nome. A Coordenação de Comunicação da Universidade entrou em contato com Barros, após tomar conhecimento disso, uma vez que queriam criar o seu próprio perfil para postagem de notícias. Assim, para não invalidar o que já havia sido criado, nessa época já com muitos *followers*, foi feito um acordo para que fosse deixado claro no campo *Bio* que se tratava de um perfil não pertencente diretamente à instituição, portanto não institucional – ou, como aparece na *Bio*, extra-oficial. Até o momento<sup>16</sup>, o perfil possui 6.008 *followers*. De acordo com os cálculos estatísticos realizados pelo site Twitter Counter <<http://twittercounter.com>>, baseado na média de novos *followers* diários, estima-se que o perfil não-institucional tenha, em 30 dias, 8.439 *followers* e 12.000 em 74 dias.

O perfil não-institucional objetiva publicar novidades concernentes às atividades da Universidade e auxiliar os interessados em questões enviadas por eles. É um canal de comunicação utilizado por todos aqueles que compartilham assuntos relativos à UFRJ, já que é comum a postagem de mensagens de terceiros no perfil através de *RT*, logo o que é discutido na própria comunidade constantemente vira atualização do não-

---

<sup>15</sup> O SiBI/UFRJ conta hoje com aproximadamente 45 bibliotecas.

<sup>16</sup> 3 de outubro de 2010, às 23h09 min.

instucional. Funciona também como **forma de ligação entre usuários**, o que torna o processo de transmissão e produção de informação mais dinâmico, fazendo com que aqueles que dividem interesses em comum estejam em contato e encontrem-se em meio ao turbilhão de perfis, para que assim possam produzir mais informações sobre o assunto de interesse.

O gerenciamento do perfil é realizado de maneira bem simples. Não há uma periodicidade estabelecida para *updates*, mas tenta-se postar pelo menos uma vez ao dia. As informações que figuram no @UFRJ são obtidas de duas formas: informações dos próprios administradores, como um bom site da Universidade visitado, uma notícia qualquer que interesse aos *followers* ou informações fornecidas pelos próprios *followers*. Estas são adquiridas através de uma *Twitter Search* ou chegam ao perfil atrás de menções ao @UFRJ. Entrando no site da *Twitter Search*, utiliza-se a busca avançada, empregando, no campo *Words*, o termo “UFRJ”. No campo *Dates*, coloca-se a data em que a pesquisa está sendo realizada, limitando-a àquela data, já que só há interesse naquilo que está sendo discutido naquele momento. Os resultados são lançados e os administradores selecionam *tweets* que podem ser do interesse de toda a comunidade, dando uma *retweet* e levando ao perfil a mensagem selecionada.

Cada vez que se entra no perfil o botão de *replies* e a caixa de *DMs* são checados a fim de detectar alguma questão levantada por algum *twitterer*. Havendo perguntas, os bibliotecários tentam respondê-las utilizando os recursos informacionais disponíveis e conhecidos por eles. Caso a questão não seja resolvida pelos bibliotecários-administradores, duas atitudes podem ser tomadas: a pergunta é encaminhada, por meio de *RT* manual, para um perfil que os administradores acreditam conseguir a resposta, por meio de menção a outro *twitterer expert*, ou a mesma é lançada ao perfil, também como uma *RT* manual, na qual fica evidenciada – através de mensagem escrita junto à *tweet* original - a intenção de que a comunidade participe da busca da solução. Geralmente, se a dúvida é lançada à comunidade a resposta chega por meio de *reply* para o perfil que perguntou, no caso o @UFRJ, e o *twitterer* respondente encarrega-se de mencionar também o interessado ou seja, aquele que enviou a pergunta ao @UFRJ.

Caso o usuário que respondeu ao @UFRJ a pergunta de terceiros, o bibliotecário é que fica incumbido de repassar a solução por meio de outra *tweet*.

## 9 RESULTADOS

No que tange à natureza das informações que chegaram ao perfil, sessenta e um porcento (61%) são *retweets* automáticas, assim, constata-se que o que foi publicado apresenta-se como informação relevante o bastante para ser passada adiante; na maioria das vezes foram *tweets* dadas pelos próprios *followers* e utilizadas como *update* pelo @UFRJ – *retweet* - evidenciando a importância da participação da comunidade e a capacidade de propagação da informação inerente ao Twitter. Apenas 5% dessas informações foram repassadas de forma manual, provavelmente por ser mais fácil utilizar o mecanismo automático do serviço, não tendo que modificar o texto e adicionar a fonte (via @UFRJ) ou comentar algo sobre a informação postada novamente na *twitosfera*.

O segundo tipo de informação mais recebida foi apenas menção ao perfil (26%). Nestas *tweets* havia indicações do perfil - #FollowFriday – respostas ao que havia sido postado pelo @UFRJ – *replies* - pedidos para que fosse divulgado algum evento, perfil ou atividade que parecesse ser de interesse da comunidade acadêmica e, em sua maioria, a simples menção para construção de uma *tweet* sem envolver as outras categorias mencionadas.

O resultado encontrado evidencia certa popularidade do perfil, já que os seus *followers* o mencionam, o indicam para ser seguido por outros, interagem com ele e reconhecem ser um perfil influente quando solicitam divulgação de algo. Somente oito porcento (8%) do que foi estocado esboçava dúvidas, questionamentos a serem respondidos, enviadas por DM ou *tweet*, o que chama atenção para o fato de que, porventura, os *followers* do perfil não reconheçam o mesmo como um mecanismo para a obtenção de respostas para possíveis questionamentos. Os dados podem ser melhor visualizados no gráfico 1.

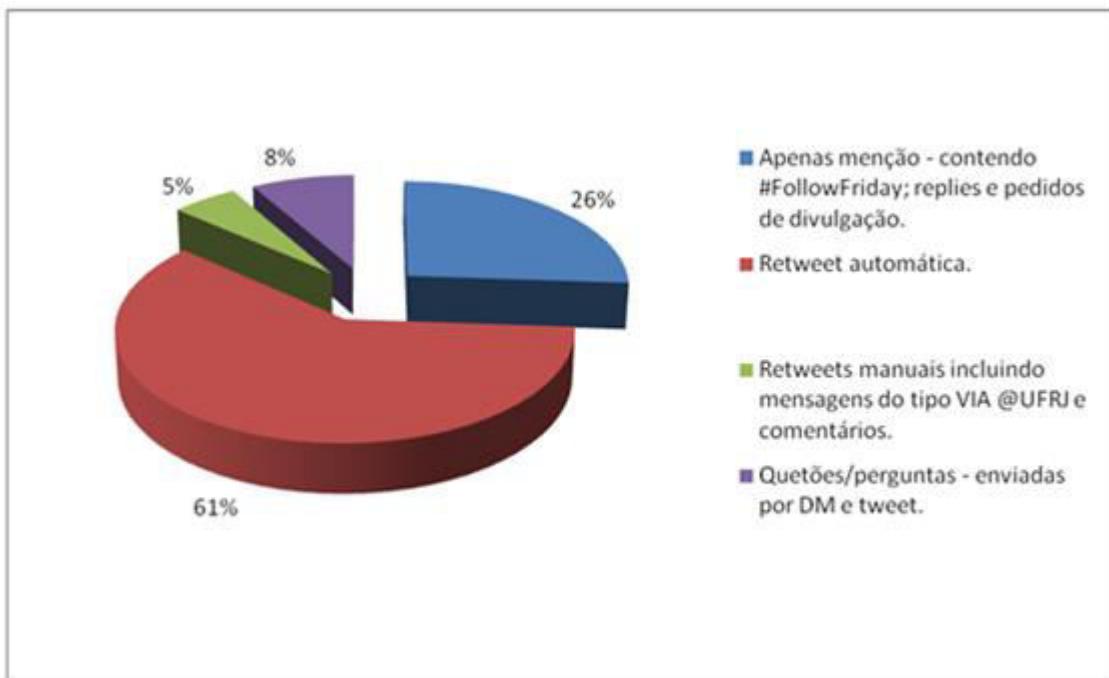


Gráfico 1 - Natureza das informações direcionadas ao perfil não-institucional da UFRJ.

Fonte: Autoria própria

As questões direcionadas ao perfil foram separadas em categorias. As questões, em sua maioria (74%), eram concernentes aos departamentos, cursos, programas ou outras divisões para funcionamento da instituição. Já a segunda maior parte tratava de perguntas sobre o ingresso na Universidade, o vestibular (14%). Oito porcento (8%) inquiria sobre horários, dias, locais de eventos promovidos pela UFRJ. Os outros quatro porcento (4%) não foram levados em consideração por não se enquadrar em nenhuma das três grandes categorias – *vide* gráfico 2.

Os dados do segundo gráfico podem mostrar certa dificuldade dos usuários de encontrar informações sobre a Universidade ou a facilidade de entrar em contato com o perfil @UFRJ devido à agilidade e informalidade da ferramenta em fazer a pergunta, poupando o tempo que gastaria na procura da resposta.

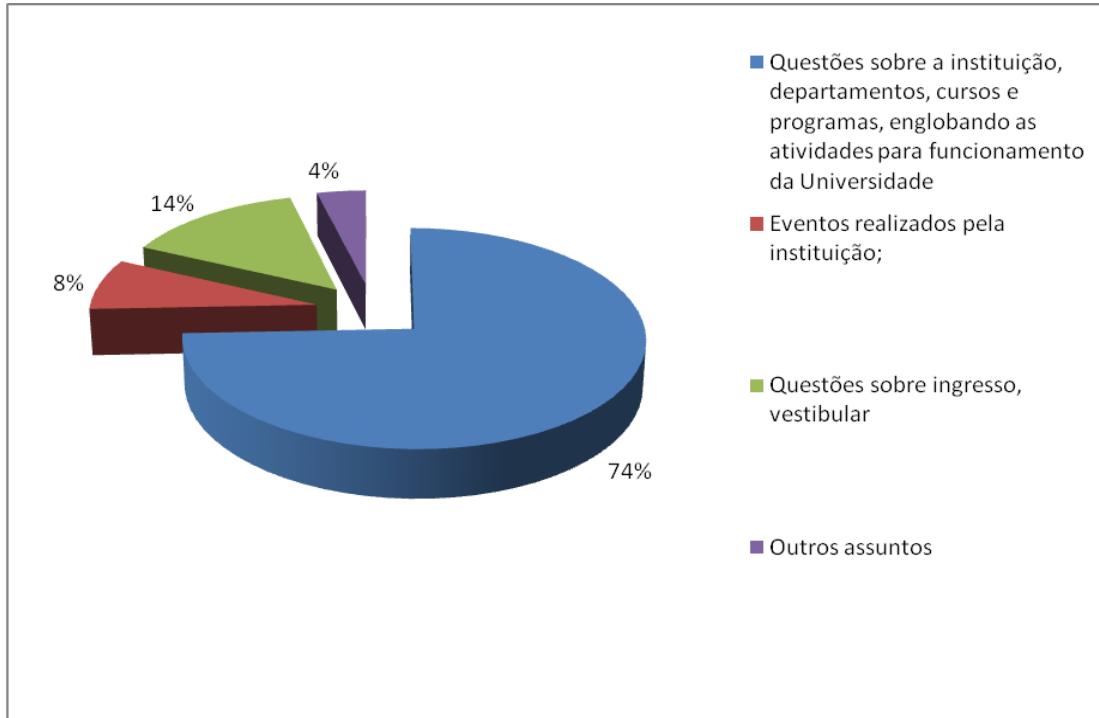


Gráfico 2 - Categorias das questões/perguntas recebidas pelo perfil.  
Fonte: Autoria própria.

## 10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a construção deste trabalho, algumas questões foram percebidas. Inicialmente, após fazer um levantamento sobre a área abordada – SRV e suas práticas no Twitter - em língua portuguesa, notou-se que ela se apresentava escassa, pois não foi encontrado muito material na literatura da área. Recorreu-se, então, a publicações na língua inglesa. Essas, por sua vez, são em quantidade considerável e vêm aumentando. Sabe-se que bibliotecários brasileiros discutem a questão de maneira informal, em seus *blogs* pessoais, conversas; o tema é sempre muito abordado neste tipo de canal de comunicação.

O SRV prestado por meio de sites de redes sociais parece ser uma tendência. A disseminação da informação por meio do serviço de *microblogging* Twitter mostrou-se e mostra-se bastante efetiva. Vale frisar o potencial colaborativo da ferramenta: perguntas sem respostas vão ao encontro da comunidade esperando uma solução por meio dela e, na maioria das vezes, encontra. Assim, com o conhecimento de todos, constrói-se um SRV muito mais rico, onde as necessidades informacionais tendem a ser

constantemente amenizadas. Enquanto houver informação, haverá dúvidas. O SR apenas tenta, de todas as formas possíveis, tornar o caminho em busca da solução menos complexo.

Ao criar perfis em redes sociais para prestação de serviços bibliotecários e **atuar** na construção de pontes entre a informação dispersa na web e os usuários, o bibliotecário cumpre seu papel como facilitador. A **colaboração** entre **comunidade e bibliotecário** é seu grande diferencial no contexto 2.0. Ressalta-se que “criar perfis” não o faz um facilitador, o que de fato o torna este tipo de bibliotecário é a atitude que ele tomará fazendo ligações entre informações e interessados. Para que a Biblioteconomia evoluja, mostrando seu potencial nas ferramentas da Web 2.0, aqueles que a fazem, necessitam compreender a importância da “atitude 2.0”. As informações espalhadas são reunidas em um perfil para atingir um determinado público-alvo; faz-se a ligação entre indivíduos que compartilham um mesmo interesse, mas, não necessariamente, entrariam em contato um com o outro se não fosse a ação do bibliotecário de criar mecanismos em que eles possam se encontrar e atuar na geração de mais informações de forma colaborativa.

É importante que, para prestação de bons serviços de referência, o bibliotecário possua grande conhecimento no manuseio de recursos informacionais, tendo em vista que, apesar de trabalhar com a comunidade de usuários na busca de respostas para as perguntas e disseminar o conteúdo ofertado por estes mesmo usuários, é ele quem possui recursos – nas bibliotecas são inúmeros, por exemplo, bases de dados, que, muitas vezes, não são de acesso aberto - e potencial para disseminação, adquirido por sua formação acadêmica voltada para a eficiência e eficácia na disseminação de informações. O tempo todo, o bibliotecário treina e é treinado para ser competente em informação.

Em se tratando do perfil não-institucional, se mostra interessante a adoção de “normas” de atualização estabelecendo quantidade mínima de postagens diárias, tempo de espera por resposta, estratégias mais bem delimitadas e outros. Tudo isso já é observado, mas de maneira bastante informal. Talvez se mostre proveitoso, principalmente quando do

uso do Twitter - ou qualquer outra rede social - em bibliotecas, a criação de um pequeno guia deixando bem claro seu funcionamento para assim prever possíveis problemas nos serviços prestados. Além do mais, essa seria uma forma de padronizar as atividades, não correndo perigo do conhecimento sobre as atualizações se perder em caso de desligamento do bibliotecário responsável pelo serviço. Sabe-se que, como qualquer outro serviço, é importante um planejamento e avaliações. Com isto, será sempre possível melhor atender à demanda do usuário.

O Twitter mostrou ser um bom mecanismo para estabelecer contato com a comunidade universitária: o número de *followers* cresce a cada dia. Deve-se considerar o número de bibliotecários que ficarão responsáveis por esse serviço, pois o número de perguntas direcionadas ao perfil excedeu, em muito, a capacidade de resposta rápida de apenas um profissional. Até o dia da entrega deste TCC o número de *followers* deve se avolumar, se considerar a quantidade no exato momento que se escreve este parágrafo, se teria 6.018 questões enviadas. É complicado esperar que todo *follower* do perfil envie uma pergunta no mesmo dia ou até mesmo que o faça no período de um ano – se faz esta afirmação baseada nos dados levantados – mas trata-se de uma hipótese totalmente aceitável, não é provável que aconteça, porém, é possível. Frente a isto, é também trabalho do bibliotecário, como gestor, se planejar cada vez mais para prever qualquer situação semelhante a esta.

É difícil precisar o motivo pelo qual o indivíduo realiza o contato com o perfil, mas, geralmente, pela observação do que era mencionado nas *tweets*, a comunicação se estabelecia pela dificuldade de encontrar a informação. Independentemente do motivo, o que é relevante observar no tema tratado neste trabalho é a importância de um facilitador para melhor fluência informacional: o bibliotecário impele todos os *followers* do perfil a procurarem a resposta para as perguntas da comunidade, minimizando a possibilidade de questões ficarem sem solução.

As bibliotecas da própria UFRJ podem prestar serviços de informação utilitária referentes à instituição, já que, segundo os dados deste estudo, há demanda e público para absorção do material postado. Pelos temas das questões enviadas para o perfil da

Universidade percebe-se a necessidade de informações acadêmicas, assim, abre-se uma oportunidade para que as bibliotecas universitárias prestem serviços de informação não especializada, não só para usuário de seu centro, mas para toda a comunidade da UFRJ e sociedade em geral. Há demanda, basta existir a oferta desses serviços.

Até o momento, foram identificadas algumas iniciativas de bibliotecas da Universidade na criação de perfis: a biblioteca da Instituto de Matemática <[@bibliotecaim](#)>, a biblioteca do Centro de Tecnologia <[@bibliotecact](#)>, a da Escola de Comunicação <[@BibECOFRJ](#)>, a biblioteca Professor João Ferreira da Silva Filho, pertencente ao Instituto de Psiquiatria (IPUB) <[@biblioteca\\_ipub](#)> e o próprio Sistema de Bibliotecas da Universidade <[@SiBIDPT](#)>. Espera-se que com o decorrer do tempo todas possam encontrar utilidade nesta ferramenta e em outras novas que irão surgir.

O estudo ora apresentado possui algumas limitações, como a falta de publicações, em português, sobre o assunto abordado, sua brevidade e a dificuldade de lidar com as informações extraídas do perfil do Twitter, já que se apresentam de maneira hermética. Provavelmente, deve deixar algumas lacunas que precisarão ser preenchidas por estudos posteriores.

Considera-se que para o SRV prosperar é necessário **seguir as tendências**. Assim, não é o Twitter a redenção do bibliotecário de referência. Desta forma, finaliza-se essa discussão deixando claro que amanhã – sem hipérbole alguma – outro serviço baseado em web pode surgir, mostrando-se superior em eficiência na disseminação da informação. Uma situação difícil de resolver? Não. Ela é muito simples: abandona-se aquilo que não é mais válido, o que não demonstra mais serventia alguma para os usuários, e abraça-se o novo tendo a consciência de que, de repente, quando o abraço estiver bem apertado já se tratará de algo totalmente ultrapassado. Logo, cabe ao bibliotecário começar novamente o ciclo.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIATION OF COLLEGE AND RESEARCH LIBRARIES. **Introduction to Information Literacy**. c2010. Disponível em: <<http://bit.ly/6mNit>>. Acesso em: 4 out. 2010.

BELLUZZO, Regina Célia Baptista. A Information Literacy como competência necessária à fluência científica e tecnológica na sociedade da informação: uma questão de educação. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 7., 2001, Bauru. *Anais...* Bauru: [s.n], 2001. p. 32-42.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social network sites: definition, history and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Bloomington, v. 13, n. 1, 2007. Disponível em: <<http://bit.ly/e5MIA>>. Acesso em: 28 maio 2010.

CUDDY, Colleen. Twittering in Health Sciences Libraries. **Jornal of Electronic Resources in Medical Libraries**, Abington, n. 6, p. 169-173, 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/hgORPI>>. Acesso em: 26 jul. 2010.

GIUSTINI, Dean; WRIGHT, Mary-Doug. Twitter: an introduction to microblogging for health librarians. **Journal of the Canadian Health Libraries Association (JCHLA)**, Toronto, v. 30, n. 1, p. 11-17, Winter 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/dFeoPj>>. Acesso em: 26 jul. 2010.

IBOPE INTELIGÊNCIA. **Redes sociais**. 2010. Disponível em: <<http://bit.ly/dTuxqn>>. Acesso em: 3 ago. 2010.

INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS. **IFLA Digital Reference Guidelines**. 2008. Disponível em: <<http://bit.ly/hGcM4Y>>. Acesso em: 3 ago. 2010.

MANPOWER. **Employer perspectives on social networking:** global key findings. 2010a. Disponível em: <<http://bit.ly/cpVBwH>>. Acesso em: 30 maio 2010.

\_\_\_\_\_. **Social networks vs. management?**: harness the power of social media. 2010b. Disponível em: <<http://bit.ly/aTIQQi>>. Acesso em: 30 maio 2010.

MANESS, Jack M. Teoria da biblioteca 2.0: web 2.0 e suas implicações para as bibliotecas. **Informação e Sociedade**: Estudos, João Pessoa, v. 17, n. 1, p. 44-55, jan./abr. 2007. Disponível em: <<http://bit.ly/eTSXRB>>. Acesso em: 15 ago. 2010.

MARCONDES, Carlos Henrique; MENDONÇA, Marília A.; CARVALHO, Suzana M. Serviços via Web em bibliotecas universitárias brasileiras. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 11, n. 2, p. 174-186, maio/ago. 2006. Disponível em: <<http://bit.ly/fkRvRB>>. Acesso em: 1 maio 2010.

MÁRDERO ARELLANO, Miguel Angel. Serviços de referência virtual. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 30, n. 2, p. 7-15, maio/ago. 2001. Disponível em: <<http://bit.ly/ejELIY>>. Acesso em: 1 maio 2010.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0:** design patterns and business models for the next generation of software. 2005. Disponível em: <<http://oreil.ly/aa1sP>>. Acesso em: 4 maio 2010.

PESSOA, Patrícia; CUNHA, Murilo Bastos da. Perspectivas dos Serviços de Referência Digital. **Informação e Sociedade**: Estudos, João Pessoa, v. 17, n.3, p. 69-82, set./dez. 2007. Disponível em: <<http://bit.ly/hJCOTi>>. Acesso em: 4 maio 2010.

REFERENCE AND USER SERVICES ASSOCIATION. **Guidelines for implementing and maintaining virtual reference services**. [2010]. Disponível em: <<http://bit.ly/ef0RV>>. Acesso: 1 maio 2010.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

STEINER, Heidi. Reference utility of social networking sites: options and functionality. **Library Hi Tech News**, Bingley, n. 5/6, p. 4-6, 2009. Disponível em: <<http://bit.ly/h25Aoj>>. Acesso em: 20 jun. 2010.

STUART, David. What are libraries doing on Twitter? **Online**, Wilton, v. 34, p. 45-47, jan./feb. 2010. Disponível em: <<http://bit.ly/htmASN>>. Acesso em: 1 maio 2010.

TWITTER. **About us**. c2010. Disponível em: <<http://twitter.com/about>>. Acesso em: 6 maio 2010.

## GLOSSÁRIO

Para melhor compreensão deste TCC, foi desenvolvido um glossário com alguns dos termos mais utilizados pelos usuários do serviço de *microblogging* Twitter, como pode se ver a seguir:

- **Bio:** campo que se apresenta no canto superior direito do perfil do usuário, onde ele pode expor sua biografia em 160 caracteres. Muitos optam por *links* de outras redes sociais ou sites. É um campo livre, aberto.
- **Direct Message:** mensagem de 140 caracteres que é enviada de forma privada para um usuário escolhido.
- **Follower:** *twitterers* que acompanham as atualizações de outro *twitterer*. Um termo em português é “seguidor”. Isto indica que o seguidor receberá as atualizações de quem ele “segue” em sua *timeline*.
- **Following:** *twitterers* que são acompanhados pelo *twitterer* do qual está se visualizando o perfil. Isto significa que este receberá as atualizações dos perfis desses “contatos” em sua *timeline*. Não possui um equivalente direto em português, mas evidencia o ato de “seguir alguém”; são aqueles que o *twitterer* visualizado está “seguindo”.
- **Follow Friday:** Toda sexta-feira, os usuários indicam perfis que acham interessantes para que sejam seguidos por seus *followers*. Trata-se de uma *hashtag* do Twitter. Se apresenta como #FF ou #FollowFriday.
- **Hashtag:** palavra-chave da *tweet*, precedida do símbolo sustenido (#), onde o Twitter automaticamente cria um link para o Twitter Search mostrando os resultados de busca sobre aquele assunto. Hoje o *twitterer* consegue acessá-la dentro do próprio Twitter.

- **Reply:** se dá quando o *twitterer* utiliza o símbolo arroba (@) sucedido do nome do usuário ao qual ele quer fazer menção. Toda vez que isso acontece, o Twitter automaticamente envia a mensagem para o *twitterer* mencionado – direcionada para a aba de *replies* - ficando à mostra no perfil do que mencionou. O símbolo de reply junto ao nome do *twitterer* geralmente é usado em outros contextos para identificá-lo, como no caso @UFRJ.
- **Retweet:** são repostagens dos *posts/updates* realizados por determinado *twitterer* que consta da lista de *following* de um usuário ou não. Quando ele toma esta atitude, significa que quer que em seu perfil apareça aquele mesmo *post*. Pode ser feita de maneira manual – utilizando as letras “RT” sucedida do nome do *twitterer* e a mensagem a ser “repostada”, às vezes contendo um comentário de quem deu o RT – ou de forma automática, utilizando um mecanismo do Twitter que só foi criado após observação de que os *twitterers* faziam isso manualmente.
- **RT:** vide Retweet.
- **Time line:** lista na qual são exibidas as *tweets* dos usuários que “seguem” e são “seguidos”.
- **Twitterer:** usuário do Twitter. Um equivalente informal em português é “tuiteiro”.
- **Twitter Search:** ferramenta de busca de *tweets*. Funciona como o motor de busca Google, mas se restringe a resultados dentro do próprio Twitter <<http://search.twitter.com>>.
- **Tweet:** *update/post* do *twitterer*, com limitação de 140 caracteres, é a essência do Twitter.
- **Twitosfera:** a comunidade do Twitter como um todo.

- **Via:** usuário utiliza essa palavra seguida do nome do *twitterer* do qual ele coletou a informação da *tweet* postada. É uma espécie de menção de fonte do conteúdo.